

ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ В ПРОЦЕССЕ МОДЕЛИРОВАНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ АУДИТОРИЙ

(на примере телеканала «Беларусь-ТВ»)

В. В. Маючий

Примеров использования данных социологических исследований при формировании целевых аудиторий различных видов СМИ в белорусской научно-методической литературе приводится немного и, как правило, они только констатируют его необходимость. Например, Н. Т. Фрольцова, говоря о его необходимости, отмечает, что: «Подобный подход приобретает особую актуальность», – поскольку «возникает целый ряд принципиально новых задач, решение которых связано не только с овладением современными форматами телевещания, но и с сохранением такой его генерирующей институциональной функции, как служение общественным интересам [1, с. 33].

При моделировании целевой аудитории телеканала «Беларусь-ТВ», направленного в своем вещании за пределы страны, вполне естественным было предположение о том, что основной категорией зрителей телеканала должны были стать этнические белорусы, проживающие за пределами исторической Родины. Прежде всего, это жители тех регионов сопредельных государств, в которых организованы белорусские национально-культурные автономии.

В 2005 г. Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь, выполняя поручение Главы государства Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко, разработала концепцию международного спутникового телеканала и «Беларусь-ТВ». При разработке концепции телеканала формировались определенные представления и о его будущей аудитории. В частности, В. Фрольцов предлагал в качестве первоочередных целевых групп телезрителей рассматривать не широкие социальные слои телезрителей, объединенных общими мотивами к потреблению белорусского телевизионного контента, а представителей политических и экономических элит соседних государств [2, с. 121].

Авторами концепции аудитория телеканала представлялась более широко, исходя не столько из географических границ, этнических признаков населения, но и мотивационных установок. В данном случае возможных родственных и профессиональных связей белорусских граждан, которые трансформировались во времени в ходе миграционных процессов, изменений в экономическом и политическом положении современной Беларуси и т. д. Некоторые сведения об этом отражены в результатах различных социологических исследований.

В частности, в 2006 г социологическими службами России, Украины и Беларуси проводился опрос «Русские, украинцы, белорусы: вместе или врозь?». Его цель – выяснить на уровне ценностных установок наличие интеграционного потенциала в массовом сознании граждан России, Украины и Беларуси. По данным этих исследований в настоящее время у трети белорусов есть родственники на Украине,

у каждого пятого – близкие друзья. В России живут родственники половины опрошенных белорусов, у каждого третьего белоруса на российской территории есть близкий друг. Треть россиян отношения с Беларусью оценивает как братские, а почти половина как партнерские. Оценки украинского населения совпадают с мнениями россиян. При этом в Беларуси никогда не бывали почти 70 % опрошенных граждан России, и только каждый десятый из числа респондентов неоднократно ездил в эту страну. Поездки украинцев в Беларусь так же, как и у россиян относительно редки. Никогда не бывали там 70,1 % украинцев (россиян – 67,5 %) [3, с. 60–61]*.

Учитывался также интерес определенных категорий зарубежного населения к геополитическому положению Беларуси, которое могло существенно расходиться с мнениями политических элит. Например, эксперты украинского Центра Разумкова в рамках специального проекта по освещению парламентских выборов отмечают следующее. С одной стороны, все политические структуры на Украине от левых до правых абсолютно единодушно поддерживают вступление Украины в ЕС, а также (кроме КПУ и СПУ, воздержавшейся от ответа) выступают против вступления Украины в Союз России и Беларуси. С другой – это далеко не всегда совпадает с геополитическими ориентациями населения. Значительная часть респондентов в целом по стране (45,2 %) готовы поддержать присоединение Украины к Союзу России и Беларуси. По данным соцопроса (опрошено 2012 респондентов в возрасте от 18 лет во всех регионах Украины). На востоке страны 62,2 % опрошенных выступают за вступление в этот Союз. В западном регионе Украины противников Союза гораздо больше (50,3 %), но и сторонником – выступает каждый шестой опрошенный (18,4 %) **.

При такой поляризации мнений в политизированном обществе, естественно, что не только у населения, но и у самой политической элиты возникает вполне объяснимый интерес к альтернативному источнику информации о событиях в той стране, которая в силу своего геополитического положения вовлечена в борьбу мнений. Вполне логично рассматривать эти интеграционные процессы не только в рамках Союза России и Беларуси. На основании анализа данной информации было выдвинуто предположение, что основную конфигурацию портрета телевизионной аудитории телеканала «Беларусь-ТВ» должны были определить три группы населения.

- Этнические белорусы, проживающие за пределами Беларуси.
- Группы населения на постсоветском пространстве не белорусского этнического происхождения, но у которых есть белорусские друзья и родственники или имеются другие связи с Беларусью, как частью бывшего Союза Советских Социалистических республик.
- Лица, имеющие деловые и политические интересы в современной Беларуси и естественно и в связи с этим, проявляющие интерес к месту государства и в современном мире.

В ходе реализации именно этого варианта концепции телеканал успешно закрепился в русскоязычном языковом секторе мирового медиарынка. *** В структуре его аудитории широкие группы населения, со сформированными основными жизненными ценностями в эпоху проживания в единой стране – Советском Союзе (35 лет и старше), а также группы населения, где ностальгические мотивы по общему прошлому сочетаются с прагматическим желанием наладить новые добрососедские отношения с гражданами Беларуси, которые бы способствовали самореализации и росту личного благосостояния. Эти группы имеют возможность опосредованного, но весьма успешного влияния этих групп населения на свои политические элиты и лидеров мнений. В апреле 2006 г. Сейм Литвы исключил телеканал «Беларусь-ТВ» из национальных кабельных сетей. Однако после того, как операторы литовского кабельного ТВ при поддержке своих абонентов обратились в суд, данное решение спустя полгода было отменено.

Описанный подход к моделированию целевой аудитории международного СМИ не лишен определенных недостатков. Однако при этом он демонстрирует значение социологических данных для определения примерных направлений работы при моделировании целевых аудиторий телевизионных каналов.

* В 2006 г. осуществлен опрос методом «Face-to-face по месту жительства» опрошено: в России (1064 чел. в 19 субъектах федерации), в Украине (1200 чел.), в Беларуси (1225 чел.). Тип выборки – стратифицированная, многоступенчатая, случайная на этапе отбора населения, репрезентивная для взрослого населения.

** Итоги сравнительного анализа анкетирования представителей основных политических партий Украины и национального опроса населения в 2002 г. Внешняя политика Украины после Парламентских выборов: возможны коррективы: [Электронный ресурс]. Режим доступа. http://razumkov.org.ua/article.php?news_id=202

*** На Международном Евразийском Телефоруме в 2005 г. телеканал «Беларусь-ТВ» был назван событием гола в информационном пространстве СНГ и отмечен специальной памятной медалью работы Зураба Церетели.

Литература

1. Основные тенденции развития современного телевидения Республики Беларусь. Современная журналистика : Методология. Теория. Практика: сб. научн. ст. / редкол.: Н. Т. Фрольцова (гл. ред.) [и др.]. Минск, 2007.
2. *Фрольцов, В.* СМИ Республики Беларусь для зарубежной аудитории / В. Фрольцов // Вестн. БГУ 2007. № 2. С. 117–122.
3. *Сикевич, З.* Русские, украинцы, белорусы: вместе или врозь? / З. Сикевич // Социологические исследования, 2007. № 9. С. 59–69.